

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut: (1) Untuk mengetahui dan menganalisis apakah mutu produk dan inovasi produk dapat mendorong keunggulan produk yang mampu meningkatkan minat beli konsumen. (2) Untuk mengetahui dan menganalisis apakah keunggulan produk dan jangkauan distribusi dapat meningkatkan minat beli konsumen

Sampel penelitian ini adalah 100 konsumen yang melakukan pembelian produk fastron synthetic sae 10w-40. Jenis datanya adalah data primer dengan teknik pengumpulan data kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan asumsi klasik dan uji validitas serta uji reliabilitas.

Kesimpulan yang dapat diambil adalah: (1) Semakin tinggi mutu produk, maka akan semakin tinggi keunggulan produk. (2) Semakin tinggi inovasi produk, maka akan semakin tinggi keunggulan produk. (3) Semakin tinggi keunggulan produk, maka akan semakin tinggi minat beli konsumen. (4) Semakin luas jangkauan distribusi, maka akan semakin tinggi minat beli konsumen.

Kata Kunci: mutu produk, inovasi produk, keunggulan produk, jangkauan distribusi, minat beli konsumen.